

## COMUNICACIÓN

SISTEMA PÚBLICO DE RADIODIFUSIÓN DEL ESTADO MEXICANO/6-12

## CONSTRUCCIÓN

DE OTRO ORDEN COMUNICATIVO NACIONAL

JAVIER ESTEINOU MADRID

Los medios de comunicación de servicio público son instrumentos estratégicos para el desarrollo del país. Sin embargo, la política financiera del Estado mexicano para respaldarlos económicamente, es sumamente contradictoria y cínica, pues aunque en los discursos y la oratoria pública de los funcionarios oficiales ensalzan a dichas instituciones, en la realidad cotidiana los menosprecian y abandonan drásticamente en tal grado que los destinan a realizar milagros.

Por ejemplo, el mercado de televisión en México en el año 2014 valía en números redondos un poco más de 5 mil 500 millones de dólares: 3 mil 500 los tenía Televisa; TV Azteca cerca de los mil; Dish por encima de los 500 millones de dólares; más el resto de los negocios de sistemas de paga, en el que destacan Multimedios, Megacable, Grupo Hevi y la familia PCTV y sus canales TVC. Frente a dicho panorama

**Un nuevo modelo de comunicación de servicio público debe caracterizarse por ser democrático y no autoritario.**

comunicativo privado toda la televisión pública junta no llegó a los 100 millones de dólares (sumando los canales 11, 22, TV UNAM, SPR y el resto de las televisoras públicas de los estados).

Dentro de este panorama de la comunicación comercial privada, contrastantemente el presupuesto para los medios públicos en dicho periodo fue el siguiente: Canal 11: 44 millones de dólares; Canal 22: 14 millones de dólares; Sistema Público de Radiodifusión: 12 millones de dólares.

Por otra parte, en esa misma etapa televisión española (operó nueve canales, incluyendo canal de noticias internacional, uno para niños y TeleDeporte), contó con poco más de mil 200 millones de dólares (17 mil 400 millones de pesos); y la BBC con 2 mil 471 millones de libras (casi 4 mil millones de dólares, es decir, 58 mil millones de pesos).

Paradójicamente esta realidad histórica demuestra la bajísima relevancia que el Estado mexicano le da a sus propios medios de comunicación, con los cuales tiene que construir su proyecto de nación, de cultura nacional y de gobernabilidad cotidiana de la república.

Por ello, a principios del nuevo tercer milenio, es necesario que a través de una nueva legislación constitucional en la materia, los canales de información del gobierno dejen de ser instituciones al servicio del sistema político en turno y se transformen en medios de Estado de servicio público para construir otro orden de la comunicación colectiva que cree un nuevo espacio público virtual nacional que posibilite el desarrollo de la sociedad.

Dicho nuevo espacio público virtual nacional debe estar conformado por otro pacto histórico de relación entre sociedad, comunicación y Estado que permita la participación abierta de los grandes grupos sociales en este y aporte nuevos equilibrios mentales y emocionales para la sobrevivencia colectiva de nuestra nación.

La edificación de dicho nuevo modelo de comunicación de Estado de servicio público debe caracterizarse por ser democrático y no autoritario; plural y no excluyente; multiétnico y multicultural y no elitista; transparente y no discrecional; regional y no concentrado; que construya esfera pública y no sólo zonas de acción privadas, especialmente para el *business*; que respalde la libertad de información y no sólo la libertad de empresa; que promueva el derecho a la información y no sólo organizador de la conquista de nuevos auditorios; que aplique el derecho de réplica y no la manipulación de la información; que incluya las figuras jurídicas de ombudsman y no sólo los voluntarismos temperamentales de los conductores; que mantenga una responsabilidad ética y social y no una conducta de oportunismo informativo; que respete la dignidad de las personas, su honor, su



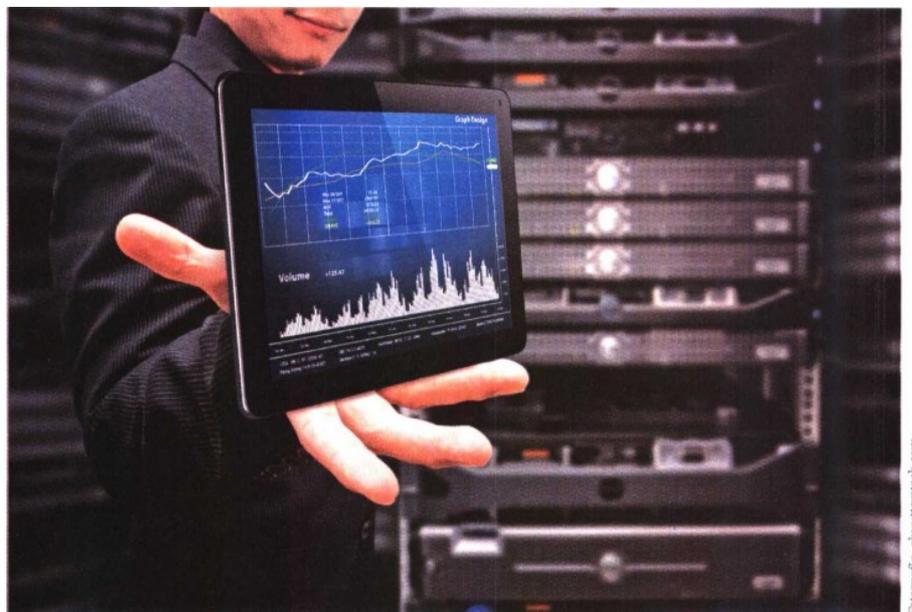
honra y su intimidad y no que utilice a los individuos para exhibirlos como mercancías con el fin de obtener más rating, como fue el caso de los *talk shows* o *Big Brother*.

Que genere procesos de comunicación y no sólo de información; que forje una sociedad emisora y no sólo receptora de mensajes; multidireccional y no vertical; que permita la expresión de todos los sectores fundamentales de nuestra sociedad y no sólo de un grupo privilegiado; que sea independiente e incluso contestatario al poder y no que refuerce el status quo del abuso y de la dominación del sistema de poder establecido; que forme ciudadanos y no sólo espectadores o consumidores consuetudinarios; que promueva el pensamiento, la discusión y la crítica y no la frívola cultura *light*.

Que cree un nuevo orden de derecho comunicacional para todos y no sólo relaciones privilegiadas de influencias informativas; que destaque de sobremana el servicio público y no sólo la dinámica de mercado; que se guíe por una nueva normatividad enriquecida y precisa sobre la materia y no sólo por los mecanismos de la autorregulación y los eticómetros; que movilice a la gente para resolver los grandes problemas de la sobrevivencia nacional y no para satisfacer el ciclo de las fiestas mercantiles; que conforme su audiencia a partir del rescate de las necesidades básicas de la población y no de la manipulación de las debilidades emocionales o psíquicas de los auditorios; que mida su éxito por el grado de desarrollo del bienestar humano alcanzado en la población y no por los puntos de rating conquistados por penetración en el auditorio para vender; que fomenten que se alcance el espíritu y el mandato de la Constitución y no que se aplique la ley darwinista del más fuerte para crear una comunidad desigual. De no tomar en cuenta estas realidades con rigor, encontraremos que en plena fase de modernización y apertura nacional, se habrán modificado las estructuras económicas, políticas, jurídicas, tecnológicas de nuestra sociedad; pero ante la ausencia de una política de comunicación de Estado de servicio público, no se habrán transformado las estructuras mentales profundas que, en última instancia, son las bases centrales que sostienen y le dan vida a nuestra nación.

Bajo estas circunstancias la sociedad mexicana estará avanzando con los ojos vendados por un precipicio mental muy peligroso y dentro de algunos años veremos y sufriremos las consecuencias devastadoras que habrá dejado sobre nuestras conciencias y comportamientos colectivos la presencia de la lógica de mercado informativo autorregulado en el terreno cultural y espiritual de nuestro país. ✂

[jesteinou@gmail.com](mailto:jesteinou@gmail.com)



Fotografía: shutterstock.com